

CAPÍTULO 3

¿QUÉ TEORÍAS DE LA EMPRESA TIENEN SENTIDO EN LA HISTORIA EMPRESARIAL?

MIGUEL ALFONSO MARTÍNEZ-ECHEVARRÍA Y ORTEGA

Desde finales del siglo XIX hasta mediados del XX el modelo de empresa generalmente aceptado fue el de un agente singular que, situado en un mundo abstracto y muy simplificado, seguía una conducta única y perfectamente determinada.¹ A partir de una información que le venía de fuera, y sin necesidad de instituciones y organización, ese agente determinaba con toda precisión el nivel de producción, que se correspondía con la máxima diferencia entre un flujo monetario de entrada y otro de salida, que se suponían fijos y estables.

Toda teoría de la empresa trata de proporcionar una explicación de cuál es su objetivo y de qué camino seguir para lograrlo. En otras palabras, trata de explicar la racionalidad de la conducta de ese agente. Para esto es imprescindible hacer referencia a un marco previo de conocimientos, tanto tácitos como explícitos, donde se desarrolla esa conducta. Por ejemplo, la pregunta ¿dónde están las llaves de la maleta? presupone un conjunto de conocimientos que son patentes tanto para quien pregunta como para quien puede responder. Ambas partes saben lo que son llaves y maletas, y la respuesta consistirá en decir, si se sabe, cuál es ese lugar donde están las llaves.

En el caso de la racionalidad del empresario, suponer que su objetivo es obtener el máximo beneficio es consecuencia del marco previo de co-

1. Para una revisión de las teorías económicas de la empresa en ese periodo puede consultarse M. A. Martínez-Echevarría (2002).

nocimientos que constituye la llamada hipótesis del equilibrio general de la economía.

Según esta hipótesis, una economía está en equilibrio general cuando todos los agentes, una vez conocidos sus gustos y preferencias y a partir de una determinada distribución de recursos, alcanzan, mediante intercambios voluntarios y descentralizados, una situación de máxima satisfacción colectiva en el logro de sus necesidades. Se llama de equilibrio porque una vez alcanzada nadie tiene motivos para cambiar.

Este modelo de equilibrio general fue diseñado porque lo que inicialmente preocupaba a los economistas de finales del siglo XIX era conocer bajo qué condiciones una economía compuesta por individuos utilitaristas podía encontrarse en una situación de perfecta coordinación de planes. La estructura lógica de este modo de entender la economía imponía que las conductas de los agentes fueran coherentes con las condiciones del equilibrio general. En otras palabras, la racionalidad de la conducta de los agentes individuales era de algún modo consecuencia del diseño del marco general de su actuación.

Una teoría de la empresa que supone que su objetivo es la búsqueda del máximo beneficio está condicionada por los supuestos del equilibrio general. Es decir, la pregunta que ha dado lugar a esa teoría es: ¿cómo tendría que comportarse la empresa para que resultase el equilibrio general?

Volviendo al ejemplo anterior de la pregunta sobre las llaves, la hipótesis del equilibrio general impone la restricción de que todos saben donde están las llaves de la maleta, con lo que la racionalidad de sus conductas queda limitada a seguir el camino más corto entre el lugar donde está la maleta y el lugar donde están las llaves. O sea, si se supone que todo agente dispone de información perfecta la única acción posible consiste en una decisión óptima: el cálculo del camino más corto.

A la pregunta ¿dónde están las llaves de la maleta? bastaría con contestar: calcula el camino óptimo y las encontrarás. En este caso, la pregunta no debería ser por el lugar, sino por el modo de llegar hasta ellas. En cierto sentido, esto es lo que ocurre con la hipótesis del equilibrio, ya que la pregunta por el fin es sustituida por el modo.

Fuera de la hipótesis del equilibrio general, la racionalidad del empresario no se reduce a maximizar los beneficios, pues eso implicaría que sabe dónde se encuentran, sino que su primer problema es conocer qué tipo de actividades le puede proporcionar esos beneficios.

Desde el punto de vista de la hipótesis del equilibrio general, fenómenos como el cambio económico, la innovación, la creación de productos y mercados, que son esenciales para entender la empresa, deben quedar a

un lado, ya que lo importante es simplificar la realidad hasta lograr un esquema de cómo se puede alcanzar la coordinación sincrónica y estática de los planes de intercambio de todos los agentes de la economía.

Lo que queremos dejar claro es que la teoría de la empresa cuyo objetivo es el logro del máximo beneficio surgió como subproducto teórico de un determinado modo mecanicista de entender el orden global de la economía.

La economía quedó así reducida a una estructura matemática en cuyo seno no cabía propiamente la acción, y la empresa a una mera función abstracta de cálculo. Esto es, por ejemplo, lo que hace Debreu² en su modelo matemático de equilibrio general cuando supone que las empresas son «productores», o funciones de producción, que sin ninguna dificultad o impedimento permiten determinar las cantidades de producción exigidas por el equilibrio del sistema. Es evidente que equilibrio y cálculo se requieren mutuamente, pero hacen muy difícil entender la verdadera función de la empresa.

El modelo de empresa surgido de la hipótesis del equilibrio general fue útil a los economistas para proporcionar una explicación aproximada de cómo se podrían formar los precios de equilibrio, pero nunca podría emplearse para estudiar el modo en que realmente se comportan las empresas. No obstante, esta teoría estuvo en vigor entre los economistas desde finales del siglo XIX hasta mediados del siglo XX. Sólo cuando el cada vez más evidente contraste entre la teoría y la práctica desató la llamada «controversia marginalista», se puso en duda el supuesto de la obtención del máximo beneficio como objetivo de la empresa, y también el mismo fundamento de la hipótesis del equilibrio general.

1. La crisis del modelo racionalista de empresa

A mediados del siglo XX, la aparición de las primeras escuelas de negocios puso de manifiesto la inutilidad de la teoría de la empresa surgida del modelo del equilibrio general. A la hora de formar directivos no se podía decir que se guiasen por un principio tan simple como el logro de un máximo monetario de beneficios. Se hacía, por tanto, imprescindible descubrir el sentido pleno de la racionalidad de acción de la empresa. Lo más oportuno era observar lo que en realidad sucedía en el seno de las empresas.

2. G. Debreu (1959).

Si se compara con los supuestos teóricos del enfoque racionalista, el rasgo más destacable del empresario de carne y hueso es que no dispone de información perfecta, sino que tiene que enfrentarse con dudas e incertidumbre. Esto dio lugar a que Simon³ propusiera sustituir el concepto de «racionalidad absoluta», propio del empresario con información perfecta, por el de «racionalidad limitada», propio del empresario que actúa en el mundo real.

Según la mentalidad racionalista en que Simon se había formado, la única realidad cognoscible era la que podía formalizarse, y más en concreto, la que podía expresarse en lenguaje matemático. En tal caso, un agente tenía racionalidad absoluta cuando albergaba en su cabeza el modelo matemático completo que representa la realidad. El sesgo materialista de la teoría del conocimiento de Simon implica que la realidad, representada por números y ecuaciones, como sucede en el modelo del equilibrio general, necesita estar materializada de alguna manera y de forma objetiva. Sin embargo, son tantas las descripciones de las posibles interacciones entre los planes de los agentes de una economía que es imposible que un agente sepa cuál es la verdadera descripción de la realidad con que se enfrenta.⁴ Ésta genera una cantidad de datos tan voluminosa que ningún agente empírico dispone de la «capacidad de memoria» ni de la «velocidad de proceso» suficientes para almacenar y manejar toda la información que expresa el equilibrio general de una economía. Surge así el concepto de «racionalidad limitada» como algo exigido por la limitación física del sujeto. Cada agente, por ejemplo una empresa, tiene una determinada capacidad para almacenar y procesar información. Por lo tanto, tiene una racionalidad, que es función de su estructura organizativa. Luego no todas las empresas son iguales, y el origen de esa desigualdad tiene que ver con el modo de llevar adelante su racionalidad, lo cual, a su vez, depende de su estructura organizativa.

Esta forma dualista de entender la racionalidad plantea un problema insoluble a los racionalistas, como Simon. Si la racionalidad absoluta exige información perfecta y, por otro lado, se reconoce que no hay agente físico capaz de disponer de toda esa información, entonces la racionalidad absoluta de un agente empírico es un imposible. Los racionalistas han sido incapaces de entender que la acción humana no debe estudiarse sólo desde el punto de vista de su resultado externo, reducido a un con-

3. H. Simon (1957).

4. Véase K. Arrow (1974).

junto finito de consecuencias perfectamente determinadas. Esa incapacidad les ha llevado a un callejón sin salida.

En cualquier caso, el modelo racionalista de la acción estaba agotado,⁵ había cumplido su cometido y, a pesar del esfuerzo de autores como Keynes y Schumpeter,⁶ la verdadera acción de la empresa se había convertido en un enigma. No tiene nada de extraño que la acción real del empresario se juzgase como un sinsentido, algo sólo explicable si se recurría a las pasiones o los prejuicios. El enfoque racionalista supone la negación de la razón práctica, con el agravante de que, entonces, la misma razón teórica se deforma hasta convertirse en algo tan estrecho que la mayoría de las acciones humanas se hacen inexplicables.

A pesar de sus notables limitaciones, quedaron dos importantes consecuencias del enfoque adoptado por Simon. La primera es que se empezó a tomar conciencia de que la racionalidad de la empresa no consiste en elegir entre todas las consecuencias teóricamente posibles, sino sólo entre aquellas que son operativas aquí y ahora, en función de la estructura cognitiva de que dispone la empresa en cada momento. La segunda es que si la información ocupa lugar, y tiene que estar materializada, queda entonces convertida en una mercancía costosa.

2. ¿Puede el evolucionismo explicar qué es la empresa?

Si la racionalidad del empresario depende del entorno en que se mueve, es decir, de la información parcial de la que dispone aquí y ahora y de la experiencia hasta entonces acumulada, ¿no podría servir la hipótesis evolucionista para elaborar una teoría científica del comportamiento de la empresa?

¿No sería posible rediseñar el modelo del equilibrio general de tal modo que la acción del empresario no quedase tan excesivamente simplificada? Éste fue el objetivo que Marshall se propuso a la hora de elaborar su Teoría económica. Para Marshall, la economía se comportaba como un gran sistema de aprendizaje colectivo que llevaba a una progresiva mejora en la coordinación de los planes de acción de todos los agentes, de tal modo que el equilibrio general en sentido propio sólo se alcanzaría a «largo plazo», o lo que es lo mismo, al final de la historia. En el tiempo real

5. Para estudiar la crisis del modelo neoclásico de la empresa puede verse M. A. Martínez-Echevarría (2001a) y (2001b).

6. Ver M. A. Martínez-Echevarría (2001b), pp. 21-32.

de cada día, en el «corto plazo», existía una relativa falta de coordinación y de información que justificaba y hacía necesaria la existencia de la empresa.

Marshall no estaba conforme con la interpretación del equilibrio general como algo logrado, ya que eso implicaba la redundancia de la función del empresario. En su opinión, la economía no era un equilibrio, un estado, sino un proceso que, llevado por la acción de todos los agentes y de modo especial por los empresarios, conducía poco a poco y, a «largo plazo», al equilibrio general.

La complejidad conceptual del enfoque adoptado por Marshall no sólo en la Teoría económica, sino también en su teoría de la acción, así como su incompatibilidad con la concepción positivista del conocimiento científico, provocaron que su postura fuese abandonada en beneficio del esquema mucho más simplista y operativo de Walras. No fue hasta mediados del siglo xx, una vez superados muchos prejuicios y simplificaciones, cuando se crearon las condiciones para volver a examinar con más serenidad lo que Marshall se había propuesto llevar a cabo.

En este sentido, Alchian⁷ entendió el enfoque de Marshall como un modo de evitar el cada vez más insostenible supuesto de que el objeto de la empresa era la búsqueda de un máximo de beneficios. El recurso a las tesis evolucionistas podía permitir a la Teoría económica liberarse de las inevitables contradicciones que entrañaba el modelo racionalista del agente económico, con su referencia a lo que sucede en su interior. De hecho, el evolucionismo recurría a un modelo conductista del agente, en el que lo decisivo era la observación empírica de la conducta promedio, sin ninguna referencia a los supuestos estados internos del agente.

Vistas así las cosas el objetivo de las empresas no podía ser otro, según Alchian, que sobrevivir, es decir, adaptarse de la mejor manera posible a los cambios inducidos por la dinámica del medio. Las empresas que lo graban ese objetivo no lo hacían gracias a una decisión intencional, sino más bien al resultado inesperado de una especie de lotería que otorgaba el premio de la supervivencia a quien quería. Era ésta una explicación en la que no quedaba claro qué regula esa adaptación de la empresa al medio. En este sentido, el modelo propuesto por Alchian representa un retroceso incluso si se compara con el sencillo modelo del agente psicólogo. Al menos en este último caso, el agente tenía la iniciativa de calcular la diferencia entre ingresos y gastos. Además, ¿por qué razón desea sobrevivir el agente de Alchian?

7. A. Alchian (1950).

La subsistencia es el objetivo propio de la especie; la procreación y la alimentación de los individuos quedan subordinadas al logro de su conservación. Al atribuir ese mismo objetivo a las empresas, Alchian estaba haciendo explícito algo que estaba implícito en el planteamiento del equilibrio general: lo importante no son las empresas, individuos homogéneos e indistinguibles, sino el equilibrio que constituye el principio último de regulación de toda conducta.

Esta extremada simplicidad del modelo evolucionista de Alchian fue criticada por Penrose.⁸ En su opinión, Alchian no había entendido lo que Marshall había pretendido decir al recurrir al paradigma del evolucionismo biológico: su objetivo declarado fue explicar cómo y dónde se genera el conocimiento que, en su opinión, era la clave que hace posible la progresiva coordinación de planes de los agentes. A partir de esta idea, Penrose⁹ fue capaz de desarrollar su propia teoría de la empresa, en una línea que es indudablemente mucho más fiel al propósito de Marshall.

Para Penrose, el objetivo de la empresa es su crecimiento, algo que no proviene de una simple adaptación pasiva a las cambiantes condiciones del medio, sino que se caracteriza por el desarrollo de unas capacidades que son resultado del camino recorrido; es decir, que han surgido como consecuencia de haber superado o sucumbido ante las pruebas a las que ha tenido que enfrentarse a lo largo de su propia historia.

Es cierto que también en el modelo de empresa racionalista existía crecimiento: la búsqueda del máximo beneficio lleva a una acumulación cuantitativa que hace que las empresas tiendan a crecer en tamaño. Pero ese mismo crecimiento en tamaño se hace incompatible con la hipótesis de la «competencia perfecta», condición básica para el logro del equilibrio general. El objetivo de cada empresa resulta incompatible con el de la especie, ya que ambos tienden a eliminarse mutuamente. Consciente de este problema, Marshall había intentado resolverlo apelando a una metáfora biológica tomada de lo que sucede entre los árboles de un bosque. En un bosque actúan fuerzas opuestas que impiden que un solo y gigantesco árbol elimine y sustituya a todos los demás. Sin duda, ésta es una metáfora sugerente pero inútil, ya que el problema de la competencia no es fácil de resolver mientras no se tenga una teoría más plena de la acción humana.

La propuesta de Penrose supera de algún modo las limitaciones biológicas de la intuición de Marshall. Penrose apunta que la razón de ser de las empresas es generar el conocimiento que permita una mejora pro-

8. E. Penrose (1952).

9. E. Penrose (1959).

gresiva en el modo de desempeñar su tarea, sin preocuparse de imponer *a priori* la tendencia hacia un estado de equilibrio a largo plazo. En este sentido, el enfoque de Penrose no presupone que el aprendizaje tenga que ser ni necesariamente positivo ni negativo. Con ello, deja abierta la posibilidad de considerar a la empresa como un agente protagonista de un proceso de transformación histórica, que puede triunfar o fracasar.

El objetivo del crecimiento, como afirmación de la propia singularidad en el modo de hacer de cada empresa, otorga especial importancia al proceso irreplicable de aprendizaje que la constituye a lo largo de las vicisitudes de su historia. Esto es algo que se desarrolla a partir de los retos que las circunstancias concretas del entorno plantean a cada empresa, circunstancias que en parte son exógenas y en parte están generadas por su propia acción. En este sentido, la organización y el gobierno adquieren especial importancia y se convierten en las potencias que llevan adelante los planes de la empresa.

Por ello, el crecimiento al que Penrose alude como objetivo de la empresa es sobre todo una continua mejora en el conjunto de conocimientos de que dispone. Conocimientos que, en parte son tácitos y sólo pueden transmitirse viviendo experiencias en común, y en parte son explícitos y pueden transmitirse de forma objetiva y generalizada. Esta dualidad de conocimientos hace imprescindible el apoyo de la organización. Así como el conocimiento y la restante acción de una persona física no es posible sin su cuerpo y sin el entorno familiar y social, tampoco el conocimiento de una empresa es posible sin organización y sin relación con su medio.

Como puede verse, el éxito del enfoque de Penrose proviene de su abandono del evolucionismo biologicista para adentrarse en el campo menos restrictivo del evolucionismo cibernético. Autores como Nelson y Winter,¹⁰ que han persistido en explicar la teoría de la empresa a partir de los desarrollos más recientes del evolucionismo biológico, no han dejado de reconocer las fuertes limitaciones de ese paradigma a la hora de enfrentarse a lo que sucede en el interior de la empresa. Aunque se puede establecer un paralelismo entre la función que las innovaciones desempeñan en la empresa y las que producen las mutaciones genéticas en los organismos vivos, las diferencias entre ambas son notables. Mientras las mutaciones de genes son muy raras y excepcionales —de hecho se tiene constancia de la producción de muy pocas en periodos largos de tiempo— las innovaciones en las empresas son muy frecuentes. Además, mientras las mutaciones genéticas implican alteraciones de secuencias

10. R. R. Nelson y S. G. Winter (1974).

entre elementos orgánicos fijos, que limitan las posibilidades de combinación, las innovaciones surgen muchas veces sin referencia a nada preexistente. Por último, las mutaciones se transmiten de padres a hijos mediante transferencia de sustancia material, mientras que las innovaciones se mueven en el plano cognitivo.

3. La naturaleza histórica de la empresa

A partir del mismo enfoque que dio lugar a la aparición de la idea de racionalidad limitada, Coase¹¹ introdujo un concepto muy similar, el de coste de transacción, que ha resultado de gran utilidad a la hora de entender la verdadera naturaleza de la empresa.

Si la realidad económica fuese una estructura matemática, las transacciones no tendrían ningún coste porque pensar y realizar serían la misma cosa. Pero como la realidad no puede confundirse con el pensamiento, las transacciones son costosas, ya que la acción requiere tiempo y genera una información de la que al comienzo no se disponía.

Siguiendo el prejuicio racionalista, Coase tomó como punto de referencia un modelo de mercado entendido como un sistema abstracto e hipotético de relaciones entre individuos perfectamente informados, en el que las transacciones se realizan con costes nulos. Un mundo de individuos de racionalidad absoluta, en el sentido de Simon. Ahora bien, Coase reconoce que fuera del mercado hay transacciones muy costosas, como las relacionadas con la producción, que sólo pueden llevarse a cabo con la ayuda de la organización y la jerarquía. Desde este punto de vista, la función de las empresas sería abaratar los costes de las transacciones que no son realizables en el mercado. Del mismo modo que para Simon la racionalidad limitada es una alternativa a la racionalidad absoluta, para Coase la empresa es una alternativa al mercado.

Tanto Simon como Coase toman como referencia un hipotético sistema compuesto por individuos adultos que, sin el apoyo de instituciones, llevan a cabo transacciones que se pueden realizar sin costes, ya que todos disponen de información perfecta. Este enfoque lleva a considerar como negativo todo lo que ocurre en el mundo real, ya que en él la racionalidad es limitada y las transacciones son costosas.

Lo que tanto Simon como Coase reconocen de forma implícita es que la racionalidad humana sólo es operativa cuando está incorporada. Es

11. R. Coase (1937).

decir, cuando el agente individual tiene un cuerpo, una estructura orgánica que recibe la información a través de sus sentidos y que, por eso mismo, pertenece a un entramado de relaciones que constituye como una ampliación de ese cuerpo físico.

Un hipotético agente humano que no tuviese cuerpo ni perteneciera a alguna comunidad sería incapaz de tener conocimiento y de actuar. Prueba de ello es que en un mundo de información perfecta, instantánea y gratuita, el lenguaje, base y fundamento de todo tipo de intercambio, no tendría sentido. Por esta razón, las instituciones no son un límite a la racionalidad humana, sino más bien la expresión natural de su modo de desenvolverse en el tiempo y el espacio.

Es mérito de Coase haber reconocido el carácter institucional de la empresa, pero es una pena que no se diera cuenta de que, en realidad, transacción e institución no son dos realidades separables sino que se requieren mutuamente, de tal modo que es ambiguo sostener que las instituciones surgen para abaratar transacciones. En este sentido no parece muy acertado sostener que la empresa sea una alternativa al mercado, sino que tanto la empresa como el mercado, junto a todo el entramado institucional que constituye una sociedad, son resultado y manifestación de la potencialidad de esa red de relaciones que conforma la acción humana. Desde el punto de vista de Coase, en presencia de costes de transacción estas relaciones sólo son posibles con el apoyo de un marco contractual, cosa que no es necesaria cuando las transacciones son operaciones mentales con coste nulo. Esto llevó a Coase a descubrir que la naturaleza de la empresa tiene mucho que ver con el modo en el que los contratos resuelven los problemas que generan las transacciones que son muy costosas de realizar.

Sin embargo, no se le ocurrió preguntarse si no sería el fuerte entramado institucional subyacente en el mercado el que hace posible que esas transacciones se realicen de un modo tan sencillo. ¿No es revelador que los países que tienen mejores y más eficientes mercados son los que tienen instituciones más sólidas y más extensas?

El reconocimiento de la naturaleza contractual de la empresa llevó a Coase a aceptar su dimensión histórica. La complejidad de la transacción propia de la empresa tiene que ver con el hecho de que la producción, por su propia naturaleza, se desarrolla en el tiempo. La empresa no se limita a combinar recursos perfectamente establecidos *a priori*, con vistas a lograr un coste de transacción mínimo, sino que tiene que enfrentarse con muchas contingencias no previsibles. Ello llevó a los seguidores de Coase a estudiar el tipo de contrato que puede hacer frente a una transacción abierta a lo contingente e inseguro.

En esta línea destacan los estudios de Williamson,¹² que le han llevado a la conclusión de que la naturaleza de la empresa va más allá del simple entramado de contratos. Es imposible dar expresión contractual explícita a todas las contingencias de un proceso productivo. Ciertamente, es necesario un marco contractual que fije las líneas principales de acción y que sirva para el diseño del imprescindible apoyo organizativo, aunque también es importante contar con una verdadera tarea de gobierno y formación para que la empresa pueda enfrentarse efectivamente a lo contingente y alcanzar sus objetivos.

A pesar del notable avance que la postura de Williamson ha representado, el lastre que supone la persistencia del enfoque racionalista de la acción le impide darse cuenta de todas las posibilidades que están implícitas en su modo de entender la empresa. Por ejemplo, en el enfoque de Williamson predomina una visión negativa de la estructura organizativa de la empresa. Considera que la principal función de la organización y del gobierno es impedir la aparición de «conductas oportunistas» por parte de quienes integran la empresa. A pesar de que Williamson presenta la empresa como un proceso colectivo de creación de valor, algo que potencia la acción de los individuos que participan en él, desde su antropología, la sociedad es un juego de suma cero y la ventaja del individuo es siempre peligrosa para la persistencia del grupo. Por tanto, el principal objetivo del gobierno de una empresa tiene que limitarse a impedir el ejercicio de conductas oportunistas.

En opinión de Williamson, si no hubiese costes de transacción, si la información fuese gratuita e instantánea, no haría falta ningún tipo de gobierno, ya que las transacciones se ajustarían a lo regulado y no habría problema de motivación, pues todo el mundo sabría lo que le conviene. Este planteamiento pone de manifiesto que el problema del bien común sigue siendo la piedra de escándalo de la visión racionalista de la acción humana, que sólo la entiende desde sus efectos y no atiende a sus causas o principios. Si, siguiendo a Hume, los únicos fines reales y ciertos son los intereses individuales, el bien común sólo puede ser un equilibrio óptimo de intereses. Si esto es así, la explicación de la naturaleza de la empresa, como le sucede a Williamson, se convierte en una cascada de contradicciones.

Si no se admite que la transacción económica, y de modo especial la productiva, está abierta al crecimiento o decrecimiento mutuo de las virtudes de los agentes, entonces sólo algún tipo de juego de suma cero

12. O. E. Williamson (1975).

puede permitir una convivencia ordenada. Esto mismo es lo que viene a sostener Williamson cuando afirma que si los hombres no fuesen oportunistas toda la economía estaría gobernada por reglas fijas, y los contratos tendrían efectividad por sí mismos, como sucede en el modelo del equilibrio general. Williamson no es consciente de que mientras no se libere de la antropología de Hume, que sólo es compatible con la reducción de la acción humana a un simple cálculo, la explicación de lo que realmente sucede en la empresa resulta muy problemática. Las empresas no dejarían de existir aunque supusiéramos que no hay oportunistas. Ello no sólo se debe a razones utilitarias, sino también a que son cauces naturales de la acción humana. Acaso aunque nadie mintiera ¿podría por eso suprimirse el lenguaje?

4. Las empresas como creadoras de sociedad

Las dificultades de Coase y Williamson para explicar la empresa desde el mercado, o lo que es lo mismo, la transacción productiva desde un individuo cerrado en sus intereses, ha puesto de manifiesto que la acción humana sólo puede comprenderse desde la siempre arriesgada apertura a la relación mutua. El elemento básico para la construcción de una Teoría económica no es el individuo utilitarista, sino la transacción entre individuos que buscan lo que realmente les conviene. Ciertamente se trata de una tarea nada sencilla, que no sólo afecta a los individuos sino a la misma estructura que posibilita y configura la acción. Esta apertura metodológica no implica que la Economía tenga que convertirse en Sociología, sino que hay que tener en cuenta una teoría de la acción mucho más elaborada.

Por eso la intuición fundamental para el desarrollo de una verdadera teoría de la empresa tiene que ver con la idea de Penrose de que el objetivo de la empresa no es una conducta de máximo, como supone el racionalismo neoclásico, sino su crecimiento, entendido como desarrollo de la propia capacidad de acción. Adoptar este punto de vista quiere decir que la empresa sólo puede estudiarse en cuanto cambio y variación de la propia estructura de acción. En otras palabras, que la naturaleza de la acción de la empresa se configura a lo largo de su historia, algo que no es independiente de lo que ha sucedido a su alrededor. Debe entonces ponerse la atención en la evolución de ese plexo de relaciones que posibilita y da lugar a la acción. El resultado exterior, la acción objetivada, queda entonces en su lugar, es consecuencia del camino vivido por el desarrollo de esa forma de acción colectiva que es la empresa. Pero lo verdaderamente

importante es la capacidad de acción desarrollada, algo que permanece en el seno de la empresa y, sobre todo, de las personas que la componen.

El objeto del estudio de una empresa es el proceso histórico que ha dado lugar a las capacidades de acción que en cada momento la constituyen. Surge así una manera nueva de estudiar la empresa,¹³ entendida como un conjunto de recursos que se generan a medida que transcurre su propia e irreplicable historia. Unos recursos que no se conocen totalmente *a priori*, sino sólo en el mismo momento en que el reto de la novedad los hace aflorar.

Las empresas se convierten en agentes que se distinguen los unos de los otros. Disponen de capacidades y recursos, en gran parte tácitos y latentes, que los diferencian de todas las demás, incluso de las que en apariencia hacen el mismo producto o servicio. Cada empresa, como todo verdadero agente, se convierte en heredera de su propio pasado; es ésta una herencia que potencia o disminuye la capacidad de acción que en cada momento le pueden reclamar los retos que provienen de las condiciones de su entorno. El objetivo de la empresa es, por tanto, mejorar su capacidad de acción, para lo cual debe diseñar a lo largo del tiempo un plan de formación que genere los hábitos que lo permitan.

El enfoque de Penrose ha recibido confirmación y refuerzo desde el proceso de evolución que en los últimos años ha experimentado la teoría de la Dirección estratégica.¹⁴ Se ha empezado a tomar conciencia de que la esencia de la estrategia no está en el logro u objetivo externo, sino en la configuración de un poder de acción, de un hábito operativo, que permita disponer en cada momento de las capacidades que demanda la evolución de la sociedad.

Como una importante consecuencia de este nuevo modo de entender la empresa se ha producido lo que puede llamarse una «descosificación» de la información. Se ha empezado a tomar conciencia de que el conocimiento, más que la captura de una información material y externa, propia de la simplificación abstracta de la realidad, es sobre todo un acto que necesita del apoyo de un hábito que, según sea, permite ver lo que otros no ven aun teniendo la misma información. La realidad no es un sistema perfectamente cerrado y formalizable, en el que los agentes tienen a su disposición toda la información de modo gratuito e instantáneo, sino un sistema abierto en el que el conocimiento se corresponde con lo insonda-

13. Las nuevas corrientes en la teoría de la empresa pueden consultarse en M. A. Martínez-Echevarría (2000).

14. Véase M. E. Porter (1985) y H. Mintzberg (1994).

ble de esa realidad a la que se enfrentan. Esto quiere decir que la fuente de valor de la empresa reside en la formación del hábito cognitivo, algo que requiere tiempo y supone compartir una experiencia común que se incorpora tanto de modo explícito como tácito en la organización de la empresa, en su estilo de gobierno, en su cultura.

Esta teoría de la empresa, entendida como generación colectiva de hábitos de conocimiento y acción, otorga especial importancia a la dimensión social y tácita de esos hábitos, que algunos llaman «cultura de la empresa» y que tienen mucho que ver con la cultura de la sociedad en la que se desarrolla la actividad. Esto es lo que está detrás de las nuevas teorías que definen las empresas como «núcleo de competencias»,¹⁵ o como «núcleo intrínseco de recursos idiosincrásicos».¹⁶ Incluso desde los enfoques evolucionistas se empieza a emplear un lenguaje que no deja de traslucir la importancia de los hábitos colectivos de conocimiento, al afirmar que las rutinas son «la memoria de las organizaciones».¹⁷

La sociedad entera, como plexo de relaciones tácitas y explícitas en cuyo seno las empresas desarrollan sus tareas, no se orienta tanto a la coordinación de unos supuestos planes de los individuos como a crear las condiciones para potenciar la acción de todos sus agentes, sean individuos o grupos humanos. En este sentido, las empresas y el mercado forman un entrelazamiento de modos de desarrollar capacidades de acción que se requieren mutuamente. Esta nueva visión integradora de la empresa y el mercado ha llevado a un mejor modo de entender la competencia.

En el esquema neoclásico, la competencia era la anulación de la acción, el cerramiento del individuo sobre sí mismo para, de ese modo, mediante la imposición de una misma y única conducta, asegurar el logro del equilibrio general, o absoluta coordinación de los planes perfectamente previsibles de todos los agentes. Desde la nueva perspectiva abierta por las recientes teorías de la empresa, la competencia consiste en el desarrollo de capacidades singulares, de hábitos propios de conocimiento y acción que llevan a las empresas a una necesaria complementariedad, ya que de otro modo no sería posible la continuada creación de valor. La competencia queda así articulada en dos planos. Por un lado el plano de la información común, la que está objetivada y se puede adquirir en el mercado y, por otro, el conocimiento tácito, propio e inseparable de cada empresa, que constituye su fuente última de singularidad y valor.

15. Véase C. K. Prahalad y G. Hamel (1990).

16. R. N. Langlois y P. L. Robertson (1995).

17. Véase R. R. Nelson y S. G. Winter (1982).

Es decir, las empresas compiten porque, aun realizando las mismas actividades, se diferencian en el modo de llevarlas a cabo.

Las empresas, entendidas como procesos de aprendizaje, como generadoras de hábitos de conocimiento, necesitan ser gobernadas, para lo cual es imprescindible apoyarse en plexos de contratos, es decir en un gobierno orientado de modo inmediato a «resolver problemas» por prueba y error.¹⁸

Si el núcleo de la empresa es aprender a resolver los problemas concretos, resulta que gobernar es enseñar, saber transmitir un conocimiento que no sólo es formal, sino que requiere compartir experiencia. Éste y no otro es el sentido de la jerarquía que hay en la empresa, que se basa en la autoridad y se orienta a la transmisión ordenada del conocimiento necesario. Surge así una coherencia corporativa que facilita la apertura a todos de los procesos de aprendizaje que, por tratarse de un conocimiento tácito, no sería posible de otro modo. Una jerarquía así entendida genera «economías de diversidad», de tal modo que la unidad de la empresa consiste en lograr la coherencia de la diversidad, en integrar del mejor modo la mayor diversidad posible de procesos individuales de conocimiento y formación.

Desde este nuevo enfoque emergente de la teoría de la empresa, el beneficio no es algo perfectamente establecido y determinado, del que basta con apoderarse, sino que es el resultado de una buena trayectoria, de un saber hacer que se ha aprendido resolviendo problemas. Para lograr beneficios no hay que desarrollar la habilidad del cazador, la del que busca lo que no tiene, sino la de quien cultiva sus propias capacidades para prestar servicios cada vez más eficientes y de mayor calidad. En este sentido, son las empresas las que crean o destruyen su propio mercado, las que atraen o alejan a los potenciales clientes. Ha llegado el momento de superar la idea de que el mercado es una realidad independiente de la empresa.

Esta nueva teoría de la empresa tiene una clara orientación humanista. La finalidad de la empresa necesita estar abierta al crecimiento de las capacidades de los hombres que trabajan en ella. Si los hábitos colectivos de conocimiento y acción que constituyen una empresa debilitan y empeoran la acción de los agentes que se relacionan con ella, esa organización se destruye a sí misma y disuelve su mercado. La ganancia monetaria puede reflejar, aunque sea parcialmente, la existencia de hábitos positivos de acción en el seno de la empresa. No obstante, la simple búsqueda de una ganancia monetaria por encima de todo puede impedir el logro

18. N. J. Foss (1996).

de ese mismo objetivo. La calidad humana de las personas que están en una empresa tiene que mejorar ya que, en caso contrario, la acción se acabará por hacer inviable. Esto tiene que ver con lo que sucede en el resto de la sociedad: en un mundo en el que todos fuesen ladrones, mentirosos y asesinos, sólo podría existir una sociedad hobbesiana, en la que la producción sería inviable y el único objetivo posible sería mantener una existencia altamente precaria.

5. El sentido de la Historia empresarial

Si las empresas no fuesen más que agentes que siguen conductas de máximo, como se supone en el modelo racionalista del equilibrio general, la Historia empresarial se convertiría en un absurdo. Sólo podría limitarse a relatar los aspectos singulares de cada una de ellas, que son precisamente lo que esa teoría no considera, ya que los juzga «no racionales» o «no científicos». Por tanto, esa historia sería un relato irrelevante de las costumbres y modos de vida de los empresarios y de los obreros que vivieron alrededor de alguna empresa.

Sólo cuando se abandona la idea de que la empresa es un agente simple, que sigue una conducta de máximo, la Historia empresarial adquiere su pleno sentido. El éxito de la empresa no se determina aplicando un esquema rígido y *a priori*, como sucedía en el caso anterior. Las empresas ya no son funciones abstractas que se materializan en distintos contextos históricos, sino que se convierten en verdaderos agentes de la historia, que adquieren su personalidad o sus rasgos característicos a lo largo de su propia vida. El éxito de cada empresa es diferente y es resultado de un proceso histórico propio e irrepetible, en el que se han ido fraguando sus fortalezas y debilidades. Se trata de un proceso multidimensional y complejo en el que han influido la cultura de la sociedad en la que cada empresa se ha desenvuelto, la idiosincrasia de las personas que han intervenido, la estructura económica del entorno inmediato, el marco legal, etc. En tal caso, la historia de una empresa se convierte en el relato de cómo ha llegado a configurarse, y tiene especial interés conocer cómo superó las dificultades y problemas que le plantearon los avatares de los acontecimientos políticos y económicos a los que tuvo que enfrentarse a lo largo del tiempo. En ese sentido, es misión del historiador de la empresa investigar y hacer conjeturas sobre las posibles razones de su éxito o de su fracaso.

El estudio de las empresas se convierte en un área especialmente interesante y atractiva para el historiador. Puede decirse que se trata del análi-

sis de una microsociedad, una ocasión espléndida para observar cómo se refleja en el seno de la empresa lo que sucede a su alrededor. No se trata del estudio de un empresario, de la biografía de un personaje o de una saga de empresarios, sino del análisis de una pequeña sociedad organizada alrededor de un proyecto: una especie de camino intermedio entre la biografía y la historia global de una sociedad, ya que no están claros los límites de la empresa. La Historia de la empresa se convierte así en el hilo conductor, no en la simple disculpa, del proyecto que no sólo se desarrolló en el seno de una sociedad, sino que de algún modo ayudó a configurarla.

La Historia empresarial así entendida es el modo más coherente y mejor fundado para entender la Historia económica de una nación. Un ejemplo de las posibilidades que se abren sería que la lectura de algunas historias de grandes o pequeñas empresas representativas de un país, elaboradas de este modo, ayudaría mucho a la hora de entender la marcha global de la economía de esa nación en un determinado periodo histórico. Esta aproximación a la economía tiene la gran ventaja de no estar condicionada por el recurso a estereotipos impuestos por una Teoría económica excesivamente abstracta, sino que surge de modo espontáneo, al descubrir los problemas reales que tuvieron que afrontar las empresas de un determinado lugar. No hay que olvidar que la economía de un país no es más que el entramado de proyectos empresariales o comerciales que surgieron y se llevaron a cabo en un periodo histórico concreto.

Según las nuevas teorías de la empresa que hemos expuesto más arriba, el historiador no se limita a relatar lo superfluo, los aspectos «no científicos», sino que su trabajo es imprescindible para contrastar diversas hipótesis sobre las causas del éxito o fracaso de una empresa en un determinado periodo. No se limita a aplicar un modelo mecánico e irrelevante, sino que exige indagar en la combinación de factores que dieron lugar al «núcleo de competencias» de una determinada empresa o de un sector.

La Historia empresarial escrita desde esta nueva perspectiva ayudará a la formación de empresarios y economistas. No se limitará a explicar los momentos en los que se ganaron o perdieron ocasiones de obtener beneficios monetarios, que es la extraña e hipersimplificada Historia de la empresa que se esconde en los llamados «casos» que se enseñan en las escuelas de negocios, sino que ayudará a descubrir el sentido profundo de lo que es gobernar situaciones y resolver problemas cuando se forma parte de una cultura y de unas circunstancias históricas que, de algún modo, se está colaborando a establecer. Es éste un relato ilustrativo de cómo se

lleva adelante un proceso de formación y aprendizaje que no está sesgado por el imperativo de lograr una «enseñanza positiva», una norma de conducta, sino que revela la complejidad de la acción humana tanto para lo bueno como para lo malo.

Para un futuro directivo puede ser muy interesante conocer el camino que recorrió una determinada empresa, cuáles fueron las circunstancias del entorno cultural de sus promotores, qué pensaban y qué pretendían los hombres que la pusieron en marcha, cuál era la estructura política y económica de la sociedad en la que se desarrolló, con qué cambios en el entorno tuvo que enfrentarse a lo largo de su vida, qué vicios y virtudes tenían los hombres que la llevaron adelante, cómo influyeron en la marcha de la empresa, y viceversa.

Pienso que se comienza a abrir un nuevo modo de elaborar la Historia empresarial que ayudará decisivamente al impulso y al desarrollo de las nuevas teorías de la empresa, hasta el punto de que ambos enfoques constituirán dos aspectos complementarios del estudio de las empresas.

Referencias

- Alchian, A. (1950): «Uncertainty Evolution and Economic Theory», *Journal of Political Economy*, vol. 58, pp. 211-221.
- Arrow, K. (1974): *The Limits of Organization*, W. W. Norton, Nueva York.
- Coase, R. (1937): «The Nature of the Firm», *Economica*, n.º 4, pp. 386-405.
- Debreu, G. (1959): *Theory of Value: An Axiomatic Analysis of Economic Equilibrium*, Wiley, Nueva York.
- Foss, N. J. (1996): «Capabilities and the Theory of the Firm», *Revue d'Économie Industrielle*, n.º 77, pp. 7-28.
- Langlois, R. N. y Robertson, P. L. (1995): *Firms, Markets and Economic Change*, Routledge, Londres.
- Martínez-Echevarría y Ortega, M. A. (2000): *Hacia una nueva teoría de la empresa*, Cuadernos Empresa y Humanismo, n.º 79, Instituto Empresa y Humanismo, Pamplona.
- (2001a): *La empresa entre el psicologismo y el conductismo*, Cuadernos Empresa y Humanismo, n.º 81, Instituto Empresa y Humanismo, Pamplona.
- (2001b): *Teorías de la empresa y crisis de la modernidad*, Cuadernos Empresa y Humanismo, n.º 83, Instituto Empresa y Humanismo, Pamplona.
- (2002): *Visiones racionalistas y románticas de la empresa*, Cuadernos Empresa y Humanismo, n.º 87, Instituto Empresa y Humanismo, Pamplona.
- Mintzberg, H. (1994): «The Rise and Fall of Strategic Planning», *Harvard Business Review*, enero-febrero, pp. 107-114.

- Nelson, R. R. y Winter, S. G. (1974): «Neoclassical vs. Evolutionary Theories of Economic Growth: Critique and Prospectus», *The Economic Journal*, vol. 84, n.º 4, pp. 886-905.
- (1982): *An Evolutionary Theory of Economic Change*, The Belknap Press, Cambridge.
- Penrose, E. T. (1952): «Biological Analogies in the Theory of the Firm», *American Economic Review*, vol. 42, pp. 804-819.
- (1959): *The Theory of the Growth of the Firm*, Basil Blackwell, Oxford.
- Porter, M. E. (1985): *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*, Free Press, Nueva York.
- Prahalad, C. K. y Hamel, G. (1990): «The Core Competence of the Corporation», *Harvard Business Review*, vol. 15, pp. 88-102.
- Simon, H. (1957): *Models of Man: Social and Rational*, Wiley, Nueva York.
- Williamson, O. E. (1975): *Markets and Hierarchies: Analysis and Anti-trust Implications*, The Free Press, Nueva York.